

гирование прецедентного явления от конкретной ситуации, формируется структура универсальной семиотической конструкции; следует фольклорная семотрансформация интернет-мема, наращиваются на отдельные семиотические конструкции прецедента новые смыслы; появляются новые постпрецедентные интернет-мемы.

Burger King активно использует интернет-мемы как средство коммуникации и инструмент маркетинга. Технология интернет-мема как инструмента маркетинга в социальных медиа заключается во внедрении коммерческого послания в популярный интернет-мем. Качественный маркетинговый интернет-мем вызывает положительные эмоции у целевой аудитории, тем самым снижая негативную реакцию на коммерческую информацию и на рекламное воздействие. Интернет-мем как инструмент маркетинга в первую очередь повышает лояльность аудитории к бренду, во вторую – доносит рекламную информацию, не вызывая негативной реакции у реципиента. Интернет-мем – действующий инструмент маркетинга социальных сетей, вкупе с другими инструментами может являться частью успешной маркетинговой коммуникации бренда с целевой аудиторией в социальных сетях.

УДК 304.2

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

З. Р. Шамкаева¹

Научный руководитель: В. О. Булгакова, магистр 2 курса социологического факультета

Ключевые слова: ценностные ориентации, ценности

В данном исследовании личностные ценности и смыслы рассматриваются как составляющие аксиологического потенциала личности, интегративного образования отражающего уровень ценностно-смысловой зрелости субъекта, меру осуществления им ценностного выбора.

Цель исследования: изучить ценностные ориентации современных старших школьников. Объектом исследования стала ценностно-смысловая сфера личности старшеклассников, а предметом исследования – ценностные и смысложизненные ориентации старшеклассников, их взаимосвязь с осмысленностью временных локусов. Выборку исследования составили учащиеся 9-11-х классов МБОУ школа № 168 г.о. Самара.

По результатам исследования было выявлено, что наиболее значимой ценностью для старшеклассников является «здоровье» (1 ранг). Далее следуют ценности «материально обеспеченная жизнь» и «любовь» (2 и 3 ран-

¹ Зарина Рауфовна Шамкаева, ученица 10 «А» класса МБОУ Школы №168 г.о. Самара, email: shamkaevaeva@mail.ru

ги). На низком уровне у находятся ценности: «творчество» (18 ранг), «счастье других» (17 ранг), «красота природы и искусства» (16 ранг), «развлечения» (15 ранг), «развитие» (14 ранг) и «общественное призвание» (13 ранг). Полученные результаты свидетельствуют о том, что в большинстве своем старшеклассники ориентированы на материальные ценности. К наиболее значимым ценностям, как средствам в достижении жизненных целей, старшеклассники относят: «твердая воля» (1 ранг), «образованность» (2 ранг), «ответственность» (3 ранг), «рационализм» (4 ранг), «смелость в отстаивании своего мнения, взглядов» (5 ранг) и «широта взглядов» (6 ранг). В качестве желательных ценностей (7-12 ранг) называют: «воспитанность» (7 ранг). Наименее значимые ценности: «высокие запросы» (18 ранг), «аккуратность» (17 ранг), «независимость» (16 ранг).

Анализ эмпирического исследования ценностных ориентаций у современных школьников позволяет нам констатировать переориентацию с ценностей общечеловеческого характера (честность, трудолюбие, доброта и др.) на ценности прагматического порядка (польза, деловитость и пр.).

Явление это тем более опасно, что имеет тенденцию к прогрессу и повсеместному распространению.

УДК 378

АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗВИТИЯ АССЕРТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ У ПЕДАГОГОВ

А. С. Шаповалова¹

Научный руководитель: И. В. Никулина, к.пед.н., доцент

Ключевые слова: асертивность, асертивное поведение

Профессиональная подготовка педагогов должна быть ориентирована на изменяющиеся социальные условия. Анализируя затруднения, возникающие в процессе педагогической деятельности, исследователи отмечают, что часто они проявляются в потере (частичной или полной) уверенности в себе в проблемных ситуациях: при общении с «трудными» подростками и их родителями, при преодолении конфликтных ситуаций, кризисных моментов, дисциплинарными конфликтами.

С одной стороны, компетентностный подход в профессиональном образовании требует в качестве результатов подготовки не только знания, умения, практический опыт, но и формирования общекультурных и профессиональных компетентностей. Существует проблема недостаточной определенности именно общекультурных компетенций, которые должны спо-

¹ Анна Сергеевна Шаповалова, студентка группы 5203-440402Z, email: shapovalova.anna.se@yandex.ru